AVANCE

ENCUESTA SOBRE LA EVOLUCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN E IMPRESIÓN BAJO DEMANDA EN MERCADOS EN ESPAÑOL

Podiprint
piensa on demand

CONTENIDOS

Los 12 resultados más relevantes. 3

Introducción. 4

Perfil de los participantes 5

Resultados de la encuesta 6

Conclusiones de la encuesta. 12

Créditos 13

LOS 12 RESULTADOS MÁS RELEVANTES

1. El 50% de los editores ya utilizan los servicios de Impresión y Distribución bajo demanda. Un 25% de los encuestados lo piensa utilizar en breve.

2. Casi el 70% de los encuestados se decanta por la apertura de nuevos mercados como el principal motivo a la hora de utilizar la impresión y distribución bajo demanda.

3. La calidad de un libro impreso de manera digital es la mayor preocupación de los editores a la hora de utilizar estos servicios, casi el 70% de encuestados manifestaron esta opinión.

4. La posibilidad de imprimir según las necesidades de cada momento es el beneficio de la Impresión Bajo Demanda más valorado por los encuestados: más del 60%.

5. La reducción de costes y poder imprimir en destino reciben una consideración similar por el 50% de los editores encuestados.

6. Casi el 50% contempla la posibilidad de imprimir parte de su producción en función de la demanda de títulos que reciba del mercado externo.

7. Más de un 40% recurre a servicios de distribución bajo demanda para proveer al mercado internacional.

8. Más del 50% de los encuestados se decanta por el *offset* como la modalidad de impresión bajo demanda de preferencia.

9. Casi el 30% de los editores distribuye bajo demanda sólo en el ámbito local.

10. El 26,5% de los editores encuestados tiene contratados servicios de impresión bajo demanda en mercados exteriores.

11. El 22% imprime sólo en digital optando por el *offset* para atender pedidos específicos.

12. Un 18,1% no ha probado hasta ahora los beneficios de la impresión y distribución bajo demanda fuera del ámbito local.

INTRODUCCIÓN

El análisis de los resultados de esta encuesta es una parte fundamental del estudio que estamos realizando para averiguar cómo ha evolucionado la Impresión Bajo Demanda (IBD) y la Distribución Internacional 1:1 durante los últimos años. Se trata de identificar qué actores están involucrados, cuáles son los aspectos clave a tener en cuenta y qué ventajas obtendrían los diferentes públicos objetivos a los que se dirige la oferta de servicios. El campo de acción engloba tanto a España como a América Latina.

Hemos enviado la encuesta a una completa base de datos de editores españoles y latinoamericanos, tanto independientes como pertenecientes a grandes grupos. Las preguntas se formularon en una triple dirección:

1. Opiniones sobre el uso de la IBD y de la Distribución 1:1

2. Grado de uso de la IBD y de la Distribución 1:1

3. Previsión de futuro sobre la utilización de la IBD y de la Distribución 1:1

Tras identificar a qué área geográfica pertenecía el profesional encuestado, hemos analizado cuál es el grado de utilización de los servicios de Impresión Bajo Demanda en sus respectivas empresas y la modalidad de impresión por la que con más frecuencia optan.

Parte crucial de la encuesta es la dedicada a averiguar los objetivos de negocio que desean alcanzar con el uso de la Distribución Bajo Demanda el público al que nos hemos dirigido.

Posteriormente, hemos solicitado una valoración sobre los beneficios derivados del uso de la Impresión Bajo Demanda, así como sobre los servicios demandados a cualquier empresa especializada.

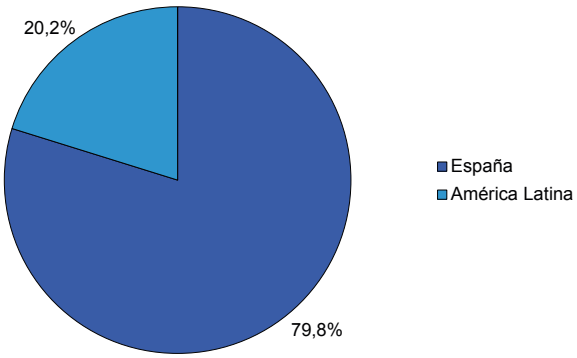
Las últimas cuestiones abarcaban también a la distribución. Hemos preguntado al *target* en qué medida se plantean imprimir y distribuir en destino, en caso de operar en el mercado exterior, y sobre los beneficios derivados para su editorial del uso de la impresión y distribución en destino.

El plazo para participar ha sido de 15 días. En cuanto al grado de participación consideramos que ha sido alto, teniendo en cuenta la especificidad de la encuesta. El tamaño de la muestra fue de 1.800 editores encuestados y engloba a profesionales de la edición de todo tipo de géneros. Hemos recibido un total de 84 respuestas.

Los datos obtenidos confirman que el actual mercado del libro y la edición requiere de una reducción de costes en sus principales procesos (producción, almacenamiento y distribución) para garantizar su propia sostenibilidad y que la impresión y distribución bajo demanda se plantean como una clara solución.

PERFIL DE LOS PARTICIPANTES

En cuanto a la distribución geográfica, como se observa en la imagen siguiente, el 79,8% de los editores que cumplimentaron la encuesta tienen radicados sus negocios en España; el 20,2% restante son latinoamericanos.



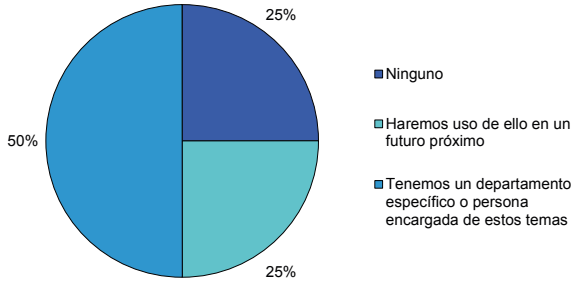
Como se mencionaba en la introducción, han recibido la encuesta tanto editores independientes como pertenecientes a grandes grupos editoriales.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Grado de utilización de los servicios de impresión bajo demanda

La mitad de los editores que han participado en la encuesta, afirma disponer de un departamento específico en el que al menos una persona se dedica a gestionar todo lo relacionado con la Impresión Bajo Demanda.

Un 25% no ha demandado este tipo de servicios hasta el momento y otro 25% se plantea hacerlo en un futuro próximo.



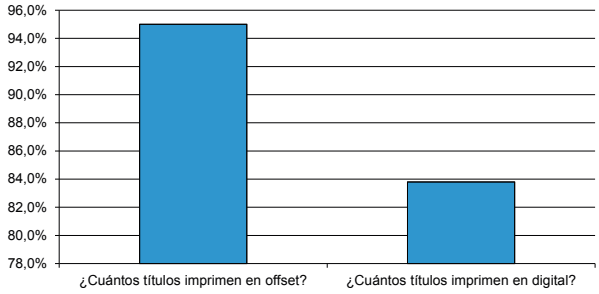
Si analizamos estos datos desde un punto de vista agregado, llegamos a la conclusión de que casi el 75% de los editores está interesado en las oportunidades que ofrecen las empresas de servicios de Impresión Bajo Demanda, hasta tal punto que se debe ver en ello una tendencia al alza.

Modalidades de impresión

En cuanto a las modalidades de impresión preferidas por los encuestados, casi el 30% se decanta por el *offset*. Afirman imprimir en este sistema más del 50% de su producción frente a un 22% que sólo imprime en digital optando por el *offset* para atender pedidos específicos.

Sólo un 4% distribuye al 50% su producción entre ambas modalidades de impresión.

Sobre la base de lo anterior, es posible concluir que, debido a que la tecnología permite que la calidad de la impresión digital sea muy similar a la del *offset* hoy en día, los editores se decantan por un sistema u otro en función de la necesidad que desean cubrir. La utilización de la impresión digital es una clara tendencia al alza.



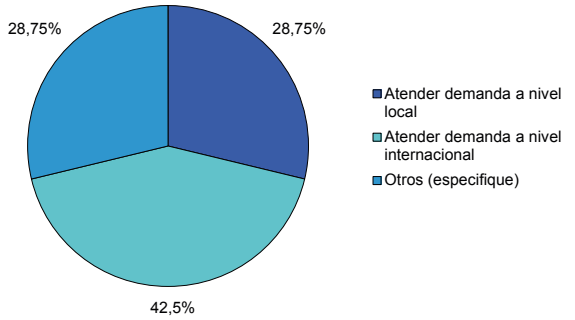
Objetivos de negocio que se desean alcanzar con el uso de la distribución bajo demanda

Teniendo en cuenta que cada vez se publican más títulos, pero se venden menos unidades de cada uno de ellos, la distribución internacional bajo demanda de libros está demostrando ser de gran utilidad para el sector editorial en general.

Dado que el sistema permite vender primero e imprimir después, los editores se acogen a este para distribuir sus libros uno a uno, tanto a nivel internacional como local.

La encuesta realizada arroja los siguientes datos, tal y como se observa en la imagen de más abajo:

Un 42,5% recurre a servicios de distribución bajo demanda para atender la demanda internacional frente al 28,75% que lo utiliza sólo para el ámbito local.



Algunos editores no lo han planteado de manera excluyente y han comprobado las bondades de distribuir libros sin necesidad de tener grandes pedidos, tanto a nivel internacional como local.

Algunas de las respuestas recopiladas en el apartado de Otros, son las siguientes:

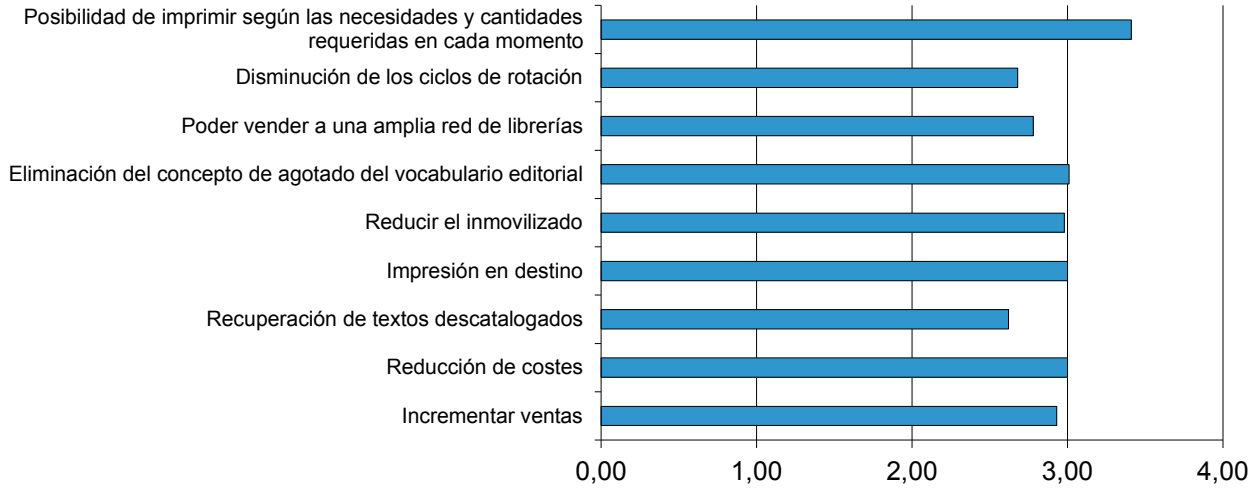
- Atender reimpresiones urgentes de títulos agotados.
- Ajustar la producción a una demanda.
- Atender demanda de obras de referencia de ventas poco numerosas pero constantes.
- Atender la demanda de libros que no sale rentable imprimir en papel con tiradas superiores a 1.000 ejs. o atender la demanda internacional en libros en los que tenemos stocks bajos.
- Los títulos que son de culto o autores noveles, los tiradas en *offset* son demasiado grandes para apuestas tan específicas o sin público sólido.
- Permitir que nuestra labor de edición sea sostenible.
- Atender demanda una vez agotada la edición en *offset*.
- Atender a una demanda no muy grande y muy localizada.
- Evitar los costos de envío desde Europa y atender la demanda internacional.
- Despertar la demanda y atenderla.
- Posibles agotados. Necesidades puntuales.
- Respuesta más rápida, limitación espacio de almacenamiento.

Beneficios derivados del uso de la impresión bajo demanda

La posibilidad de imprimir según las necesidades y cantidades requeridas en cada momento, la reducción de costes y el poder llevar a cabo el proceso de impresión allí donde esté localizado el mercado son los beneficios más valorados por la mayoría de los editores encuestados. Le siguen los siguientes por orden de preferencia:

1. Posibilidad de mantener vivos todos los títulos del catálogo.
2. Reducir el inmovilizado.
3. Incrementar ventas.
4. Poder vender a una amplia red de librerías.

Díganos cuáles serían, en su opinión, los beneficios derivados del uso de la Impresión Bajo Demanda en su editorial.
(Valore del 1 al 4, siendo 1 la calificación más baja y 4 la más alta)



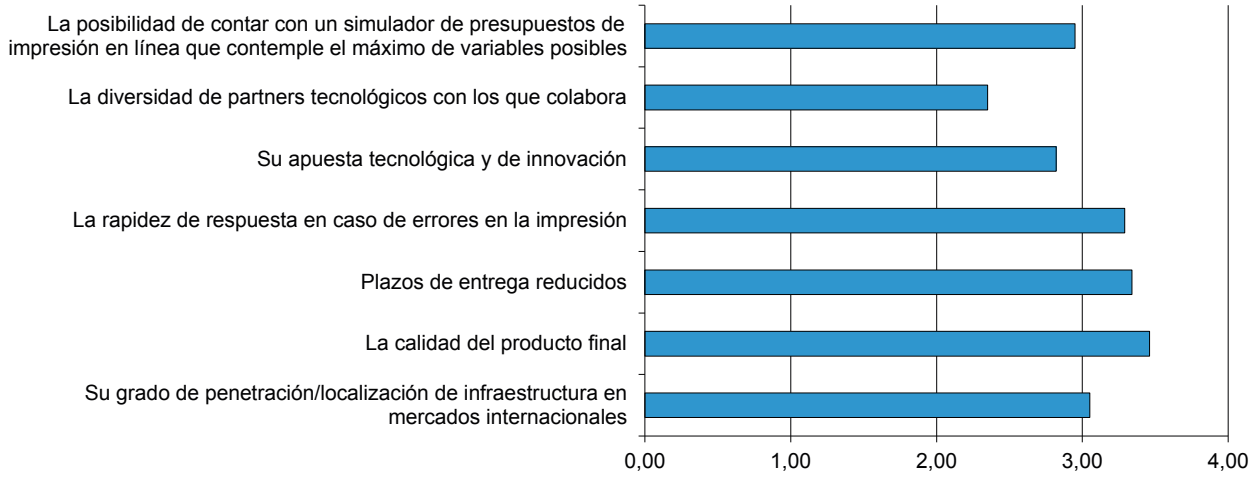
Necesidades que desean cubrir las editoriales al demandar los servicios de una empresa especializada en distribución e impresión bajo demanda

La calidad del producto final es lo más valorado por parte de los encuestados a la hora de solicitar los servicios de una empresa especializada en impresión bajo demanda.

También han resultado ser muy valoradas las siguientes características:

1. Plazos de entrega reducidos.
2. Grado de penetración/localización de infraestructura que tenga la empresa contratada en mercados internacionales.
3. Rapidez en la capacidad de respuesta en caso de errores en la impresión.

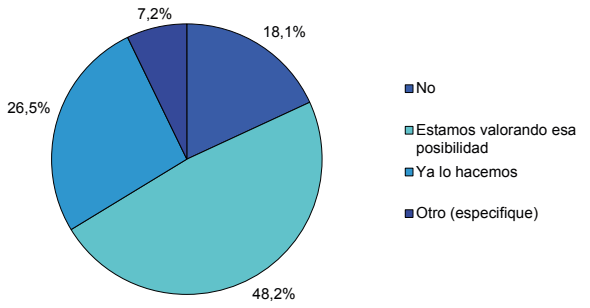
Indique qué busca su editorial en una empresa especializada en Distribución e Impresión Bajo Demanda.
(Valore del 1 al 4, siendo 1 la calificación más baja y 4 la más alta)



Previsión de futuro sobre la utilización de la IBD y de la distribución en destino

Sólo el 26,5% de los editores encuestados tiene contratados servicios de impresión bajo demanda en mercados exteriores, frente al 18,1% que hasta ahora no ha probado los beneficios de esta modalidad fuera del ámbito local.

El 48,2% está valorando la posibilidad de imprimir parte de su producción en función de la demanda de títulos que reciba del mercado externo.



Sobre su previsión de futuro de cara a operar en mercados internacionales recurriendo a servicios de impresión y distribución bajo demanda, el 7,2% restante ha expresado lo siguiente:

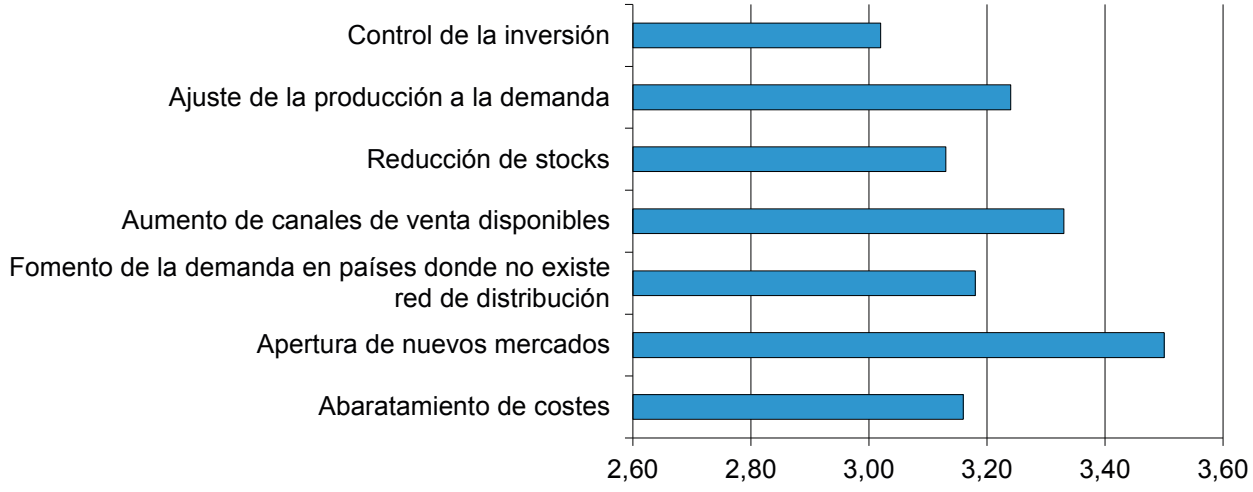
- "Sí, pero con partners de confianza, sobre todo en América Latina".
- "Es algo que tenemos presente siempre. Lo hacemos ya con alguna plataforma pero sólo con algunos títulos, porque no es rentable hacerlo con todos y este punto es muy importante para nosotros. Los costes de nuestros libros suelen ser muy altos para este tipo de impresión".
- "Valoraríamos la posibilidad únicamente en impresión bajo demanda".
- "Ya lo hemos hecho con algunos títulos, pero estamos en proceso de extenderlo".
- "Ahora mismo estamos probando en México. Si las pruebas salen bien, añadiremos otro país y así sucesivamente".

Beneficios derivados del uso de la impresión y distribución en destino

Volvemos a preguntar por los beneficios derivados del uso de la impresión y distribución bajo demanda, pero en esta ocasión hemos centrado la pregunta en los mercados externos.

Casi el 70% de los editores encuestados se decanta por la apertura de nuevos mercados a la hora de valorar las ventajas de la impresión y distribución bajo demanda. Le sigue el aumento de canales de venta disponibles (56,63%) y el fomento de la demanda en países donde no existe red de distribución (54,22%).

Díganos cuáles serían, en su opinión, los beneficios derivados del uso de la impresión y distribución en destino en su editorial.
(Valore del 1 al 4, siendo 1 la calificación más baja y 4 la más alta)



CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

- La contratación de servicios de Impresión y Distribución bajo demanda es una práctica que aumenta progresivamente.

- La impresión *offset* sigue siendo la opción mayoritaria en las empresas editoriales, si bien la calidad creciente de la impresión digital puede revertir la tendencia a medio plazo.

- Una amplia mayoría de editores recurre a servicios de distribución bajo demanda para atender la demanda internacional exclusivamente.

- La posibilidad de imprimir según las necesidades y cantidades requeridas en cada momento es el beneficio de la Impresión Bajo Demanda más valorado por el sector.

- A los editores les preocupa mucho la calidad de un libro impreso de manera digital.

- La posibilidad de imprimir parte de la producción en función de la demanda de títulos procedente del mercado externo determina la estrategia comercial de gran parte de los negocios editoriales.

- La apertura de nuevos mercados es el beneficio más valorado por la mayoría de los editores que se plantean imprimir y distribuir fuera de su ámbito local.

CRÉDITOS

Esta encuesta ha sido elaborada y analizada por el equipo de Dosdoce.com para la empresa PodiPrint.

Agradecemos a la plataforma Bookwire.es su colaboración en la difusión de esta encuesta.

Sobre PodiPrint

Podiprint es un distribuidor internacional de libros impresos bajo demanda en los mercados en español con producción en el país de destino. Distribuimos en las principales librerías de España y Latinoamérica con venta en firme, sin stock, sin exportación, sin devolución y con producción en destino.

Podiprint es partner en exclusiva para España de Bibliomanager, plataforma para la distribución global de contenidos, que permite a los editores gestionar sus catálogos, ponerlos a disposición de la distribución internacional y solicitar print on demand en cualquier país con partner agregado al sistema, en este momento de forma directa en España, México, Argentina, Colombia, Perú, y en proceso de conexión en este momento Chile y Brasil.

Contacto:
Ismael Gálvez: igalvezc@podiprint.com

ENCUESTA SOBRE LA EVOLUCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN E IMPRESIÓN BAJO DEMANDA EN MERCADOS EN ESPAÑOL. AVANCE

© PodiPrint

Esta encuesta ha sido elaborada y analizada por el equipo de Dosdoce.com para la empresa PodiPrint. Agradecemos a la plataforma Bookwire.es su colaboración en la difusión de esta encuesta.

Autorizada la reproducción citando la fuente.

Publicado por IC Editorial:

© IC Editorial, 2017

Depósito Legal: MA-860-2017

Impresión: PODiPrint
Impreso en Andalucía – España
Nota de la editorial: IC Editorial pertenece a Innovación y Cualificación S. L.

Podiprint
piensa on demand

Podiprint

piensa on demand

c/ Cueva de Viera, 2, Local 3
Centro Negocios CADI
29200 Antequera (Málaga)

T.: 952 70 60 04 | F.: 952 84 55 03
Email: podiprint@podiprint.com
www.podiprint.com